LES 7 SECRETS DE LA COMMUNICATION PERSUASIVE

ROBERT MERCIER


SHOUT
SHARE
IT

LES 7 SECRETS DE LA COMMUNICATION PERSUASIVE

Copyright 2020 – Robert Mercier.

Tous droits réservés.

Les principes d'une communication efficace sont basés sur la psychologie humaine, c'est-à-dire sur quelque chose qui est resté pratiquement inchangé depuis le début des temps.

Ainsi, puisque notre psychologie n'a pas changé depuis des milliers d'années - et qu'elle ne changera pas de sitôt - si vous voulez vraiment devenir bon à persuader les autres, vous devrez connaître quelques notions base de psychologie.

La réalité, cependant, est que la plupart des gens n'ont absolument aucune idée de comment parler de manière persuasive, et sont facilement persuadés par les autres. Cela se produit pour deux raisons principales.

Premièrement, ce n'est pas quelque chose qu'on nous apprend à l'école. En fait, on nous apprend tout, SAUF ces choses. En général, le but de notre éducation est de trouver un emploi, mais à l'école, nous n'apprenons pas à convaincre le patron de nous embaucher. Peut-être qu'à l'université ou dans quelque cours spécifique, vous apprenez une compétence pour laquelle vous pouvez être bien payé... Mais vous n'apprenez pas à communiquer cette compétence de manière efficace et persuasive.

Pensez-y une seconde.

L'éducation la plus importante que vous devriez recevoir dans la vie (l'éducation à la communication efficace) ne vous est pas enseignée. Au lieu de cela, on vous laisse comprendre cette partie de la vie par vous-même, et la plupart des gens n'essaient même pas.

La deuxième raison a trait aux variables qui affectent considérablement votre capacité de persuasion. J'aime à penser que la persuasion, c'est de la cuisine : comprendre la psychologie de base, c'est comme connaître les ingrédients.

Mais comprendre les variables que je vais partager avec vous, c'est comme avoir la recette complète. Ce n'est pas parce que vous savez de quoi est fait un plat que vous ne le gâcherez pas... vous risquez de le faire trop cuire ou d'ajouter trop de sel, ou encore d'ajouter le mauvais ingrédient.

Il en va de même lorsqu'il s'agit de persuader les autres. Ce que je veux donc partager avec vous dans ce rapport, ce sont les 7 secrets de la communication persuasive.

Ce sont les sept variables qui feront la différence lorsque vous devrez persuader quelqu'un dans votre vie. Alors, commençons !

1. Les émotions font bouger les gens

Pour convaincre les autres et les inciter à agir, vous devez, en tant qu'orateur, faire appel à leurs émotions. Même si vous disposez de données pour soutenir votre cause, vos actions n'auront aucun sens pour les gens si vous ne pouvez pas les envelopper dans des mots qui éveilleront leurs émotions et impliqueront leur esprit. Les êtres humains portent rapidement des jugements sur d'autres êtres humains et ces jugements ne sont pas nécessairement logiques : ils sont basés principalement sur les émotions.

Winston Churchill était l'un des plus grands orateurs du monde. En fait, il a longtemps souffert du bégaiement, mais il a utilisé ce défaut à son avantage en faisant une pause et en le laissant sortir avant un mot clé ou une phrase importante pour provoquer une réponse émotionnelle. Il a également utilisé des mots inhabituels pour attirer l'attention et les émotions du public.

Générer un impact émotionnel, c'est avoir du pouvoir : ceux qui ont appris à utiliser les émotions dans leurs discours utilisent des anecdotes historiques, des citations bibliques, des poèmes ou des paroles de chansons émouvantes et inspirantes.

2. Les gens suivent un leader

En tant que rapporteur, vous êtes automatiquement considéré comme une autorité sur un certain sujet. Le public attend que vous le dirigiez, en prenant la responsabilité de la communication. Vous perdrez rapidement leur faveur si vous n'avez pas le bon esprit de leadership dès le départ.

Les expériences controversées de Milgram montrent qu'il est très difficile pour les gens de résister à l'aura de l'autorité : ils ont tendance à croire davantage en une personne portant une chemise, ou un uniforme militaire, ou simplement un costume officiel (veste et cravate). Obtenir l'aura de l'autorité est facile, le vrai défi est de la maintenir dans le temps.

3. Nous lisons rapidement les gens

Nous lisons tous les gens en une fraction de seconde et nous prêtons attention à leurs mouvements corporels et à leur ton de voix. Les 15 dernières années de recherche psychologique ont clairement indiqué que les gens ont tendance à porter des jugements inconscients en une seule seconde, comme l'explique Malcolm Gladwell dans son livre "Blink". La façon dont vous marchez, la façon dont vous vous tenez debout, la façon dont vous formez votre discours et la chaleur de votre ton font tous une grande différence et, s'ils sont traités correctement, les gens vous permettront d'accéder à leurs émotions car ils auront un sentiment de confiance en vous.

4. Nous nous synchronisons avec les autres

Nous simulons en nous les émotions des autres en les écoutant. Nous synchronisons également nos schémas cérébraux lorsque nous écoutons le discours d'une autre personne. En particulier, deux émotions très contagieuses sont la nervosité et l'enthousiasme. Si vous êtes nerveux, non seulement votre auditeur le comprendra rapidement, mais il ressentira bientôt la même sensation. Si, en revanche, votre discours est plein de vitalité et d'enthousiasme, votre public ressentira immédiatement un sentiment d'inspiration en lui.

5. Les 6 leviers de persuasion

Les techniques de persuasion sont comme un schéma : tout le monde peut apprendre ce schéma et ses règles pour persuader les autres dans les affaires et dans la vie. Cela dépendra de l'efficacité avec laquelle vous maîtriserez les six "leviers de pouvoir" de persuasion suivants.

Sensibilisation : Pour être persuasif, vous devez établir une relation avec les autres. Comment êtes-vous en accord avec les croyances, les pensées et les valeurs de votre public ? Connaissez-vous bien leurs désirs, leurs rêves et, surtout, leurs sentiments ? Écoutez attentivement les autres et posez des questions pour aller au cœur de ce que les autres recherchent. Ensuite, donnez-le-leur et/ou enveloppez votre message dans le langage nécessaire pour le relier aux émotions les plus profondes de votre public.

Authenticité : la plupart des gens ont un mécanisme de mesure interne pour comprendre quand une personne est authentique ou non. Ils comprennent si quelqu'un a ses intérêts à cœur ou non. S'ils ont le sentiment, pour une raison quelconque, que la personne n'est pas authentique, ils se ferment à son message, se défendant à un niveau inconscient. Votre public vous intéresse- t-il ? Voulez-vous vraiment qu'ils réussissent, peut-être même plus que vous ? Si vous ne vous sentez pas confiant ou authentique dans ce que vous proposez, je vous suggère d'envisager de proposer autre chose : offrir un produit ou un service auquel vous croyez vraiment fera la différence car il vous rendra plus authentique et, par conséquent, magnétique.

Autorité : votre posture et la manière dont vous délivrez votre message peuvent faire comprendre à votre public que vous êtes un expert dans votre domaine. Inversement, ils peuvent aussi montrer toutes vos insécurités et vous montrer pour ce que vous n'êtes pas, si vous n'êtes pas un véritable expert. La scène vous appartient-elle ? Utilisez-vous des mots puissants et suscitez-vous des émotions chez les gens ? Avez-vous une présence dominante ? Votre voix a-t-elle une richesse et une résonance ? Utilisez-vous des gestes et des pauses pour souligner votre message ? Avez-vous un ton de voix confiant et assurant ? Ce sont des facteurs importants pour que votre public perçoive votre autorité et vous respecte en tant que tel.

Attitude : l'autorité est une question de connaissances et d'expérience PERCUES, mais l'attitude est une question de connaissances et de compétences réelles que vous possédez sur votre sujet. Personne ne sait tout

sur son sujet, mais il est important de travailler constamment à la maîtrise d'un domaine si l'on veut qu'il soit l'œuvre de sa vie. Cela signifie que vous travaillez chaque jour pour ajouter de la compétence, de la crédibilité et des connaissances sur les sujets qui seront au cœur de votre message. Lorsque vous êtes vraiment bien informé sur un sujet, votre confiance brille comme les rayons du soleil.

Capacité d'adaptation : Pour être un orateur efficace, il faut être flexible. Vous devez être en phase avec votre public, qu'il s'agisse d'une personne, d'un petit groupe de personnes ou de milliers de personnes. Vous recevrez à la fois un retour d'information verbal et un retour d'information par leurs attitudes et leurs mouvements corporels. Votre succès dépendra en quelque sorte de votre capacité à vous adapter à leurs réactions. Pouvez-vous facilement et sans heurts déplacer votre présentation pour qu'elle corresponde mieux aux réactions de votre public ?

Capacité articulatoire : dans quelle mesure êtes-vous capable d'articuler votre message ? Maîtrisez-vous la langue française ? Choisissez-vous les mots avec soin ? Vos mots sont-ils porteurs d'action et de vitalité ? Faites-vous un effort pour ajouter des mots nouveaux, intéressants et spécifiques à votre vocabulaire ? Pouvez-vous adapter le vocabulaire que vous utilisez en fonction de la réceptivité ou du niveau du public ?

6. Utiliser un crochet pour communiquer vos idées

Il existe plusieurs accroches potentielles que vous pouvez utiliser pour commencer votre présentation. Le plus important est de trouver des crochets avec lesquels vous vous sentez à l'aise. Si vous vous sentez à l'aise, l'accroche deviendra une partie naturelle de votre communication et non quelque chose que vous cherchez anormalement à obtenir juste pour attirer l'attention.

Plusieurs crochets potentiels :

- Faites une demande scandaleuse, mais continuez ensuite avec une histoire ou des données présentées de manière intéressante et unique ;

- Racontez directement une histoire : les gens se souviennent d'histoires et elles ont le potentiel de toucher les émotions des gens ;

- Montrez une vidéo intéressante et pertinente pour les sujets en question.

- Posez quelques questions pour faire réfléchir les gens et les guider dans un état hypnotique ;

- Définissez vos attentes quant à ce que les gens attendront de votre présentation et à la leçon qui en sera tirée ;

- Montrez-leur un objet intéressant qui éveille leur curiosité.

7. Il n'y a pas de gène du charisme dans l'ADN

Pour beaucoup de gens, le charisme n'est pas naturel. Plus de gens ont peur de parler en public de toutes les autres phobies réunies. Mais la vérité est qu'il n'y a pas de gêne pour le charisme. Les personnes les plus charismatiques ont appris cette capacité tout comme vous apprenez les mathématiques, vous pouvez donc apprendre à être charismatique et vous pouvez aussi apprendre à améliorer vos qualités magnétiques. Une façon d'y parvenir est de considérer votre voix comme un instrument de musique. Même si le son de votre voix vous met mal à l'aise, il est perçu différemment par le public. Vous pouvez varier le ton, le rythme, la vitesse, la profondeur et la richesse.

Essayez de pratiquer vos conversations quotidiennes - soyez conscient du ton que vous utilisez et essayez de le varier toutes les 30-60 secondes. Parlez plus vite, puis plus lentement... montez le volume, puis baissez-le et chuchotez quelque chose d'important comme si c'était un secret... ce sont autant de techniques pour maintenir votre public intéressé et alerte pendant que vous parlez.

C'est, par exemple, une façon simple d'être plus intéressant et charismatique.

BONUS : Secret n° 8

Souvent, ce n'est pas le meilleur produit qui se vend le plus, ni le meilleur consultant qui a le plus de clients, ni les meilleurs candidats à être engagés. La raison de tout cela est la façon dont vous vous présentez ou la façon dont vous présentez un produit : la façon dont vous vous présentez fait une grande différence dans le résultat de la présentation. Ce n'est pas seulement la qualité du produit qui est importante, mais aussi l'habileté de la personne qui le présente et la façon dont il est présenté.

Examinons donc deux techniques simples pour mieux se faire connaître et/ou faire mieux percevoir votre produit lors d'une présentation, afin d'être plus attractif pour les clients potentiels :

1. Rendre la manière dont vous présentez plus attrayante. Vous pourriez suivre le concept simple de regroupement : par exemple, présenter un produit de complément alimentaire présentant six caractéristiques clés en les regroupant par catégories (il est utilisé par un sportif célèbre ; grâce à un abonnement, vous pouvez obtenir une réduction, donc le produit devient moins cher ; l'emballage respecte l'environnement et est biodégradable ; les ingrédients sont d'origine biologique...). La présentation est beaucoup plus impressionnante et facile à retenir, même pour le client ;

2. Lorsque le client est presque convaincu d'acheter, mais qu'il a quelques doutes, il soulève généralement des objections : il ne faut pas commettre l'erreur d'aller à l'encontre de son objection, mais il faut essayer de l'exploiter à son avantage. Prenons un exemple : si vous voulez vendre une voiture et que le client potentiel estime que la voiture n'est pas assez spacieuse, vous pouvez admettre que la voiture est un peu petite (et donc compatir avec le client), mais vous pouvez aussi mettre en avant les avantages d'une petite voiture dans un environnement urbain (par exemple, la facilité de stationnement). Expliquer votre point de vue au client permet de rendre moins important ou supportable un problème mis en évidence par lui, afin de pouvoir vendre.